

Todo se confundió cuando dejamos de hablar de sexología

Por Ramiro Pérez

Se acude al sexólogo para que nos estudie y genere estrategias apropiadas para vivir el sexo plazeramente. ¿Los diseñadores, cómo nos vinculamos con nuestros «pacientes»?

Me gusta esa frase que dice que «las líneas se trazan paralelas». Si yo quiero comunicarme con otro y encuentro dificultades a la hora de hacerlo, seguramente conseguiré algún especialista que pueda ayudarme, con quien estableceré una relación de respeto y confianza. De lo contrario no podría desnudar mis problemas tan fácilmente.

¿Sucede lo mismo en la relación entre un diseñador y su cliente? Uno se encuentra con el cliente y la construcción de la relación hoy no está muy clara. Si bien es comprensible que el diseño es una actividad bastante subjetiva, podría afirmarse que, en este tipo de relaciones, el diseñador está ahí por su pericia para comunicar por cuenta y orden del cliente y por la confianza que en él se deposita.

Pero hagamos una mirada hacia nosotros mismos. No nos sentimos el Rolling Stone de esta escena ni nos creemos la frutilla de la torta. Sumemos a las escuelas de diseño que nos hablan —por absoluta necesidad de sostener la tensión— más de sexo que de sexología: «practícalo, disfruta de hacer lo que te gusta, expresa tus ideas, haz realidad tu sueño, bla bla bla...»; y miles de eslóganes que buscan capturar más estudiantes al inicio de cada temporada, pero que cada vez crean más confusión en relación a la palabra diseño.

Si somos un instrumento que ayuda a la solución de un problema, si somos el marco que garantiza la buena resolución a una necesidad de comunicación, será muy difícil que podamos hacer lo que se nos antoje. En tal caso haremos lo que debemos hacer para el objetivo que se nos plantee. Seamos sinceros, ¿nunca pecamos de hacer diseño para diseñadores? ¿Nunca nos tentamos de aplicar un estilo de moda al trabajo que nos encargaron para un centro geriátrico? ¿Nunca hicimos gala de una bohemia propia del artista parisino del siglo XIX?

Entiendo que nuestro diálogo con el cliente no goza de respeto: él habla de la *font*, nos indica y pone las cosas en el plano antes que nosotros, osa muchas veces marcarnos con algún programa de autoedición «la idea» utilizando partes del primer PDF que le pasamos, y hasta en una foto familiar pide que le hagan un «photoshop». Las charlas entre cliente y diseñador pueden ser muy mediocres. Un diálogo bastante chato cuyo resultado no mata a nadie, pero que seguramente poco a poco erosiona la cultura. En definitiva, no seremos nosotros quienes no encontraremos la forma de abrir bien un envase, quienes no veremos la señal en la puerta del baño. No somos solo los diseñadores los culpables de esto, pero sí somos los responsables de gran parte de la confusión, de la desilusión, del maltrato, del egoísmo y la vulgarización de

este oficio.

Brindo por la democratización y la practicidad del hacer, pero esa es apenas la pequeña punta visible de nuestra labor. Hoy un ordenador es, primero que nada, un electrodoméstico; segundo, una herramienta de trabajo. Que mi cliente se sorprenda porque yo no uso Mac, habla mal de mi. ¿Acaso alguien se sorprende al ver a un carpintero usar su taladro marca tal? ¡Por Dios!, si hasta el gasista (con absoluto respeto por todos los gasistas) goza de más respeto al agarrar el destornillador. Ante todo, idebe ser matriculado!

Entiendo nuestra labor como un servicio, una profesión para solucionar necesidades de otros. Las expresiones personales cuasi artísticas, los instagrams y demás, le ponen onda a lo nuestro: son una válvula de escape para hacer, divertirnos, expresarnos libres, ejercitar, probar y practicar sexo. Sería cruel y poco sano pasar tantas horas diciéndole a otros cómo hacerlo y nunca divertirnos nosotros.

Detengámonos... cerremos los ojos y ipensemos por un segundo! Si no hubiera un cliente con una necesidad y dispuesto pagar por nuestro servicio, ¿nos llamaríamos «diseñadores»? Toda elección implica una negociación, y en toda negociación se cede algo. Si queremos ser diseñadores no podemos evitar sentarnos a negociar con el mercado. Quizás sea tiempo de dejar de hablar tanto de sexo y hablar más de sexología.

Publicado el 04/10/2013

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/todo-se-confundio-cuando-dejamos-de-hablar-de-sexologia>

